

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK,
DISPLAY PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Produk Yang Dijual di Wisata Panci
Pandaan)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

**Siska Masfufa
201410160311282**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2018**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK,
DISPLAY PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Produk Yang Dijual di Wisata Panci
Pandaan)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi

Oleh :

**Siska Masfufa
201410160311282**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2018**

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DISPLAY PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Produk yang Dijual di Wisata Panci Pandaan)

Oleh :

Siska Masfufa
201410160311282

Diterima dan disetujui
pada tanggal 29 Maret 2018

Pembimbing I,


Dr. Marsudi, M.M.

Pembimbing II,

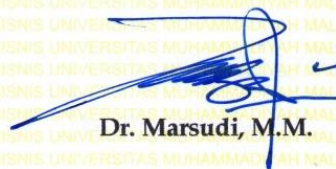

Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zahroh, M.M.


Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, *DISPLAY* PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Produk yang Dijual di Wisata Panci Pandaan)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Siska Masfufa

NIM : 201410160311282

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 29 Maret 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.

Penguji II : Drs. Noor Aziz, M.M.

Penguji III : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji IV : Dr. Marsudi, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.

1.

2.

3.

4.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, *Display* Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Yang Dijual Di Wisata Panci Pandaan)” ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Teriring do’a dan sholawat semoga senantiasa melimpah keharibaan Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, Drs. H. Fauzan, M.Pd.
2. Ibu Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, Dr. Idah Zuhroh, M.M.
3. Ketua Jurusan, Dr. Marsudi, M.M.
4. Bapak Dr. Marsudi, M.M selaku Pembimbing I, yang bersahaja, akrab, dan membagi pengetahuannya kepada penulis dan Ibu Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan selalu memberi saran membangun dalam memperbaiki skripsi .
5. Ibu Dr.Fien. Z, M.M selaku dosen penguji I, Bapak Drs. Noor Azis, M.M selaku dosen penguji II yang meluangkan waktunya untuk menguji sidang serta memberikan saran yang membangun .

6. Segenap Staf Pengajar/Dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis belajar di Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Staff Pegawai Jurusan Manajemen dan Staf Pegawai FEB yang telah membantu dalam segala kelengkapan administrasi yang berkaitan dengan penulis.
8. Ibunda tercinta, Sumpeni dan Ayahanda tercinta, Puji Prayitno terima kasih yang tak terhingga atas kasih sayang, do'a, perhatian, dukungan secara moril maupun materil. Selanjutnya kepada Adik, Lela Nur.M yang juga memberikan dukungan selama ini, serta seluruh saudara dan keluarga besar.
9. Bapak H. Amin Marzuki, yang telah meluangkan waktu dan memberikan izin serta informasi untuk melakukan penelitian di Wisata Panci.
10. Sahabat penulis : Fitri Atus, Kiki Fuji, Finda Qonita, Nancy Inggrid, Arni Ariyanti, yang selalu menjadi tempat penulis dalam menyampaikan keluhan juga memberikan saran dan dukungan. Serta, Shelsa Febby, Olga Dewi, Resti Avinda, dan Erizasetyo yang juga memberikan dukungannya.
11. Seluruh Teman Manajemen F, teman seperjuangan bimbingan: Nita, Firdayanti, Luluk, Annisa, Eka dan yang lainnya, serta teman KKN (nyoh X jembek).
12. Dan semua teman-teman atau pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih semuanya.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai ibadah yang tiada ternilai. Amin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritek konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

Billahittaufiq Wal Hidayah

Malang, 22 Maret 2018

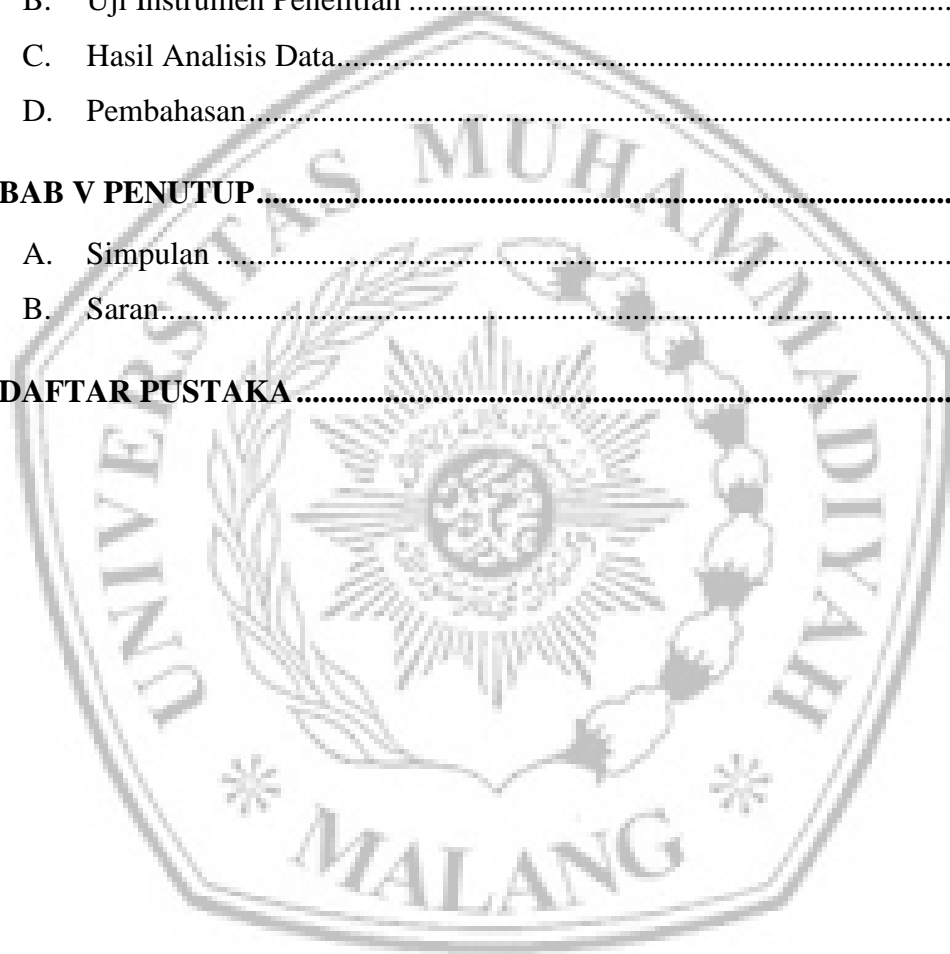
Penulis.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Landasan Teori	12
C. Kerangka Pikir	26
D. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Lokasi Penelitian	30
B. Jenis Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel	31
D. Definisi Operasional Variabel	32
E. Jenis dan Sumber Data	34
F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Skala Pengukuran	35
H. Uji Instrumen	36

I. Uji Asumsi Klasik.....	37
J. Teknik Analisis Data.....	39
K. Uji Hipotesis	41
BAB IV PEMBAHASAN.....	43
A. Karakteristik Responden	43
B. Uji Instrumen Penelitian	45
C. Hasil Analisis Data.....	47
D. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	66
A. Simpulan	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Wisata Panci Pada Tahun 2017	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional	32
Tabel 3.2 Penentuan Skor Jawaban Responden	35
Tabel 3.3 Pengambilan Keputusan ada atau tidaknya autokorelasi	38
Tabel 3.4 Rentang Skala	39
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan.....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.6 Rentang Skala Persepsi Kualitas Produk (X1).....	47
Tabel 4.7 Rentang Skala Persepsi <i>Display</i> Produk (X2).....	49
Tabel 4.8 Rentang Skala Persepsi Harga (X3).....	51
Tabel 4.9 Nilai Heterokedastisitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikoleniaritas.....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	56
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	13
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	27
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Riset (Wawancara)

Lampiran 2 Wisata Panci

Lampiran 3 Lembar Kuisisioner

Lampiran 4 Karakteristik Responden

Lampiran 5 Skor Responden

Lampiran 6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Hasil Rentang Skala

Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 9 Regresi Linier Berganda

Lampiran 10 Uji t dan Uji F



DAFTAR PUSTAKA

- Adjie, Pricilia & Subagio, Hartono. (2013). "Pengaruh *Retail Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UK Petra Di Circle K Swalankerto Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 1, No. 2, (2013), hlm: 1-10.
- Anwar, Iful. (2015). "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Masak di Showroom Maxim Houseware Grand City Mall Surabaya". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 4, Nomor 12, Desember 2015, hlm: 1-15.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: UNDIP.
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., & Keller, L. Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2012). *Marketing Management, 14th Edition-Prentice Hall*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lamb, Charles W., Hair, Joseph F., dan MC Daniel. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Lupiyoadi, Rambat, dan Ikhsan, B. Ridho. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Melati, Ina. (2012). Pengaruh Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Departement, School Of Business Management, BINUS University*.
- Mullin, Roddy and Cummins, Julian. (2004). *Sales Promotion*. Jakarta: PPM.
- Novitasari, Ratte. (2015). "Pengaruh Produk, Harga, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tupperware (Studi Pada PT. Laris Utama)". 1-37.
- Rochma, Nur. (2017, Februari 17). *Wisata Panci, Pasuruan*. Retrieved from <http://www.nurrochma.com/2017/02/wisata-panci-pasuruan.html>. [diakses pada 9 Juli 2017].
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sopiah, & Syihabudhin. (2008). *Manajemen Ritel Bisnis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

- Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukmana, Yoga. (2017, 10 31). *Ekonomi Tumbuh 5,01 Persen, BPS Bantah Ekonomi Turun*. Diambil kembali dari <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/08/07/132046726/ekonomi-tumbuh-5-01-persen-bps-bantah-konsumsi-turun>
- Sumarwan, Ujang. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. (2005). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tumbuan R, Rinaldy. dkk. (2017).“Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Para Konsumen Yang Berbelanja Di UD.Cahaya Lestari Tateli Tiga”. *ISSN 2303-1174*, 3602-3611.
- Widayat. (2004). *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM Press.
- Widodo, Setyo. Sugeng. (2017). “Pengaruh Discount, Display Produk, dan Lokasi Toko Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko D'Sport Kediri”. *Simki-Economic*, Vol. 01 No.01 Tahun 2017 ISSN : BBBB-BBBB, hlm: 1-8.